



Vom Multi-Channel-Anbieter zum Pure Internet Player

Während das Thema Multi-Channel-Vertrieb für viele Online-Händler ein wichtiges Thema ist, geht man bei plus.de den umgekehrten Weg. Bedingt durch neue Konzernstrukturen positioniert sich Plus.de nun als reiner Internet-Anbieter.

Verbunden mit dem stationären Handel startete Plus bereits im Jahre 2001 den Verkauf über das Internet und war damit der erste Online-Discounter in Deutschland. Man nutzte die stationären Märkte mit deren Logistik und Marketingkapazitäten und verfügte über einen gemeinsamen Wareneinkauf und IT-Infrastruktur. Mit dem Verkauf der Plus-Supermärkte durch die Tengelmann-Gruppe entfielen alle diese Möglichkeiten. Dennoch ist man sich bei plus.de sicher, mit einer Bekanntheit von 95% in der Bevölkerung und einer Fokussierung auf das Online-Geschäft würde man plus.de neue Durchschlagskraft am Markt verleihen können.

Neue Heimat für die kleinen Preise

Plus.de übernahm damit die alleinige Prozessführerschaft. Man etablierte einen eigenen Einkauf, traf neue Lieferantenvereinbarungen, konnte unabhängig Preise gestalten und setzte das neue Konzept zeitnah um. Das Geschäft soll nicht mehr durch wöchentliche Aktionen getrieben werden, plus.de will sich als Vollsortimenter präsentieren. Nun sind keine 4.000 Artikel im Angebot, sondern derzeit 45.000. Später will man rund 120.000 Artikel im Sortiment haben. Diese neue Dimension an Waren stellte neue Anforderungen an Warenwirtschafts- und E-Commerce-Systeme. Schnell war klar, dass der existierende Shop mit einer Vielzahl von Anpassungen und Weiterentwicklungen unnötigen Wartungsbedarf verursacht. Um den Erwartungen der Kunden gerecht zu werden, entschied man sich für einen neuen Start auf Basis von Intershop Enfinity Suite 6.

Das Plus für die Kunden: bekannte Marke, riesiges Angebot, angenehmes Online-Shopping

„Eine gesteigerte Conversion Rate um 40 Prozent gegenüber der vorigen Lösung gibt uns recht.“ kann sich Christian



Winter, Geschäftsführer der Plus Online GmbH, freuen. „In unserem neuen Shop finden Kunden schnell, was sie suchen und werden während ihres Einkaufs durch intelligente Suche, Produktempfehlungen, und einen einfachen Bestellvorgang unterstützt.“ Prägend für den neuen Shop ist eine hohe Nutzerfreundlichkeit für die rund drei Millionen Besucher im Monat. Das Design wurde grundlegend überarbeitet, um das große Angebot übersichtlich anzuordnen. Die integrierte Suche hilft Kunden dabei, Inhalte schnell und zielgerichtet zu finden. Die Integration von Web 2.0 Elementen wie Artikelbewertungen helfen bei der Kaufentscheidung der Kunden. Darüber hinaus ist plus.de auf den großen Social Web Plattformen wie Facebook und Twitter zu finden. Über diese Plattformen und den plus.de Blog können Kunden und Interessenten jederzeit an Diskussionen, Gewinnspielen oder Rabattaktionen teilnehmen. Hinzu kommen nützliche Kaufempfehlungen wie alternative oder zusätzliche Produktvorschläge, Neuheitenlisten und automatisch generierte Bestseller. Unter „Mein Plus“ können Kunden ihre persönlichen Benutzerdaten selbst verwalten und die letzten Bestellungen sowie die Merkzettel einsehen. Als besonders attraktiv haben sich das täglich wechselnde „Angebot des Tages“ sowie spezielle Wochenangebote erwiesen.

Nicht zuletzt wurde der Bestellprozess deutlich vereinfacht. Durch die Integration von AJAX-Funktionalitäten in der Webseite können die Kunden nun in nur zwei Schritten ihre Bestellung absenden.

„Wir streben eine führende Rolle im Onlinehandel an. Dabei brauchen wir eine E-Commerce-Lösung, mit der wir innovative Konzepte umfassend, aber schnell abbilden können. Mit der Infinity Suite haben wir dafür alle Möglichkeiten.“

Christian Winter | Geschäftsführer der Plus Online GmbH.

Das Plus für plus.de

Die deutliche Steigerung der Conversion Rate ist nicht der einzig zählbare Erfolg für plus.de. Der neue Online-Shop ging nach einer Implementierungsphase von rund 6 Monaten an den Start. Mit ihm konnte plus.de eine Reihe von Mehrwerten der E-Commerce-Software sofort nutzen. Infinity Suite 6 ist schon im Standard für Suchmaschinen optimiert und ermöglicht es Kunden, Produkte bei Google & Co. einfacher zu finden. Dies reduziert nicht nur die Kosten für teure Keywords, sondern senkt den Wartungsaufwand noch einmal deutlich. Da die Infinity Suite 6 bereits mit unzähligen Funktionen ausgestattet ist, entfallen kostenintensive Sonderentwicklungen von externen Dienstleistern. Zusätzlich konnte die Effizienz durch die Automatisierung von Prozessen gesteigert werden.

Die Prozessoptimierung führte automatisch zu einer Verbesserung des Services für den Kunden: verschiedene Zahlungsmöglichkeiten sind eingebunden, schnelle Logistik aufgesetzt und ein eigenes Call Center wurde eingerichtet. „Unsere Vorteile



sind heute Preishoheit, Prozesshoheit und Schnelligkeit“ bestätigt Bastian Siebert, Mitglied der Geschäftsführung der Plus Online GmbH. All dies hilft plus.de, die angestrebte Top-Position im Online-Handel zu erreichen.

Kennzahlen E-Commerce

Intershop-Produkt:

→ Infinity Suite 6.4

Geschäftsmodell:

→ Business to Consumer

INTERSHOP™

Intershop Communications AG
 Intershop Tower
 D-07740 Jena
 Germany
 Telefon +49 3641 50-1100
 Fax +49 3641 50-1111
 info@intershop.de
 www.intershop.de